



Universidad Nacional Mayor de San Marcos
Universidad del Perú. Decana de América
Facultad de Letras y Ciencias Humanas
Escuela Académico Profesional de Comunicación Social

**Tratamiento de la información cultural en diarios de
Lima**

INFORME PROFESIONAL

Para optar el Título Profesional de Licenciado en Comunicación
Social

AUTOR

Jorge Luis PAREDES LAOS

Lima, Perú

2009



Reconocimiento - No Comercial - Compartir Igual - Sin restricciones adicionales

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Usted puede distribuir, remezclar, retocar, y crear a partir del documento original de modo no comercial, siempre y cuando se dé crédito al autor del documento y se licencien las nuevas creaciones bajo las mismas condiciones. No se permite aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros a hacer cualquier cosa que permita esta licencia.

Referencia bibliográfica

Paredes, J. (2009). *Tratamiento de la información cultural en diarios de Lima*. Informe Profesional para optar el título profesional de Licenciado en Comunicación Social. Escuela Académico Profesional de Comunicación Social, Facultad de Letras y Ciencias Humanas, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú.

TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN CULTURAL EN DIARIOS DE LIMA

INTRODUCCIÓN.....	05
PROBLEMÁTICA Y JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	08
MARCO TEÓRICO.....	12
3.1 El dilema de cultura.....	14
3.2 Los géneros del periodismo cultural.....	17
METODOLOGÍA.....	22
EL INFORME.....	24
5.1 <i>El Sol, La República, Gestión, Expreso y El Comercio</i>	24
5.2 Cultura y espectáculos.....	26
5.3 El diario <i>El Sol</i>	27
5.3.1 Diagramación y diseño de <i>El Sol</i>	29
5.4 El diario <i>La República</i>	30
5.4.1 Diagramación y diseño de <i>La República</i>	33
5.5 El diario <i>Gestión</i>	34
5.5.1 Diagramación y diseño de <i>Gestión</i>	37
5.6 El diario <i>Expreso</i>	37
5.6.1 Diagramación y diseño de <i>Expreso</i>	40
5.7 El diario <i>El Comercio</i>	41
5.7.1 En <i>El Comercio</i> , una necesaria revisión de principios.....	41
5.7.2 Lo cultural en <i>El Comercio</i>	43

5.7.2.1 Luces de cultura.....	45
5.7.2.2 Cultura dominical.....	48
5.7.3.- Diagramación y diseño de <i>El Comercio</i>	50
CONCLUSIONES.....	52
RECOMENDACIONES.....	56
BIBLIOGRAFÍA.....	57

1. INTRODUCCIÓN

El tratamiento que reciben las noticias e informaciones culturales en los principales diarios de Lima tiene características específicas de acuerdo a una especialización de periodismo cultural, que en nuestro país se ha desarrollado a partir de la práctica cotidiana en la sala de redacción de los periódicos. Esto no significa de ninguna manera que el periodismo cultural no tenga una larga historia. Salvando las distancias, la tradición de este tipo de periodismo se inició en nuestro medio con las primeras ediciones impresas periódicas como el *Diario de Lima* (1790) o *El Mercurio Peruano* (1791), publicaciones que tenían una intención ideológica, es decir, exponían ideas y corrientes de pensamiento, que en términos generales, es lo que persigue el periodismo cultural. Sin embargo, en el transcurso del siglo XX el desarrollo del periodismo cultural se dio mayormente en los diarios y revistas, de acuerdo a especificaciones formales, ideológicas y temáticas.

Este informe parte de mi experiencia en el suplemento *El Dominical* del diario *El Comercio*, un semanario dedicado a lo cultural desde su creación, en 1953, y persigue la comprensión de lo cultural en los medios peruanos. Es decir, cuál es el grado de importancia que los medios limeños le otorgan a las informaciones culturales y cuáles son los géneros que utilizan con mayor frecuencia, así como las disciplinas o especialidades a las cuales le prestan mayor atención.

Para delinear nuestro marco teórico definiremos, en primer lugar, nuestro objeto de estudio: la cultura y sus conceptos ligados a la prensa masiva. En segundo término, señalaremos los géneros más usados en el periodismo cultural a lo largo de la historia de la prensa, para

averiguar luego, en el caso peruano, la forma en que son obtenidas, desarrolladas y presentadas las noticias y los artículos culturales.

La metodología utilizada es la hemerografía y se basa en el método del profesor francés Jacques Kayser, quien es considerado el pionero en el análisis de medios. Los diarios analizados son *El Sol*, *La República*, *Gestión*, *Expreso* y *El Comercio*, en sus ediciones comprendidas entre el 2 y el 7 de abril de 1999. El estudio de cada diario nos permite precisar, entre otros aspectos, los espacios redaccionales y publicitarios, la presentación, el diseño gráfico y también los criterios bajo los cuales se presentan las informaciones culturales.

Finalmente, realizamos un comentario y/o análisis de las informaciones que aluden a lo cultural y artístico en estos medios, con recomendaciones que nos llevan a mejorar o estimular este tipo de periodismo en el país.

Los resultados de este trabajo, si bien se centran en lo que sucedía en 1999, no han perdido vigencia con el transcurrir del tiempo. Al contrario, nos permiten contrastar cuánto ha avanzado o retrocedido el ejercicio del periodismo cultural en la última década en el país, sobre todo a partir de la consolidación de otro tipo de medios (bitácoras o blogs de noticias, críticas culturales, revistas electrónicas, etc.), que no existían en el momento de la ejecución de este informe.

Es sintomático también observar cómo algunos de los medios analizados han eliminado sus secciones culturales, como es el caso de *Gestión*, y otros desaparecieron rápidamente de la escena periodística, como *El Sol*. Así mismo, un diario como *El Comercio*, que en 1999 surgía con una apuesta cultural sólida y con gran despliegue periodístico, ha reducido su

oferta cultural en el transcurso de la década, en aras de fortalecer otras secciones, como las de economía y negocios.

El lado opuesto lo representa *Expreso* que, a pesar de haber reducido sus páginas (de 44 a 28), ha mantenido sus dos páginas culturales que ahora representan el 7.14 % de su edición diaria. Este trabajo es por ello solo una aproximación al periodismo cultural que se practica en el país, a partir de un ejercicio profesional comprometido con su fortalecimiento y consolidación futura.

2. PROBLEMÁTICA Y JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Por ser un estudio que parte de una evaluación empírica (hemerográfica), debemos delimitar claramente nuestros aspectos por investigar. Es así que plantearemos algunas preguntas, que nos parecen vitales para entender mejor el problema de lo cultural en la prensa peruana:

¿Cuál es el grado de importancia que los diarios limeños le otorgan a la información cultural? ¿Cuáles son los géneros que utilizan? ¿Cuál es la disciplina o la especialidad cultural que privilegian en despliegue y espacio? Para terminar con una evaluación subjetiva: ¿Qué grado de desarrollo tiene este tipo de periodismo en el país?

Los motivos por los que iniciamos esta investigación parten de nuestra experiencia profesional en el suplemento *El Dominical* del diario *El Comercio*, y van hacia una comprensión general de lo cultural en los diarios de nuestro medio.

En el caso peruano, la presencia de páginas de difusión cultural, artículos de opinión, crónicas y comentarios especializados en letras y artes es de larga data. Estamos en un país que posee no sólo una rica y variada tradición cultural a través de su historia -en toda gama de expresiones- sino, además, en un escenario (parte de un espacio mayor como Latinoamérica) de aportes significativos a la cultura universal.

Gran parte de estas expresiones han sido puestas de manifiesto en diarios y revistas. Sólo miremos el *boom* de la novela latinoamericana que tuvo en Mario Vargas Llosa a su figura predominante. Basta mencionar como ejemplos específicos y locales, las páginas de la revista *Amauta* dirigida por Mariátegui o las páginas de *Variedades* y *Mundial*, además de

diarios tradicionales como *El Comercio* y *La Prensa*, donde colaboraron escritores e intelectuales de tendencias, ideología y estilos diversos, pero comprometidos con la difusión de lo cultural en un medio hostil, pero sugerente y estimulante a la vez. En este aspecto, han sido los diarios y revistas -el periodismo- los espacios naturales donde se han dado y se dan estas expresiones.¹

Analizar hoy las informaciones culturales nos da un indicativo cercano y acertado del grado, nivel y forma en que se manifiestan las artes y la cultura en el Perú actual, y cómo desde este territorio se observa la producción mundial, en un proceso globalizador cada vez más intenso.

Al respecto, la revolución de los medios electrónicos, con la presencia de Internet, nos han puesto al contacto con diarios y medios del mundo, en un proceso interactivo de recepción, transmisión y divulgación de información. Lo cultural no es ajeno a este proceso, sino todo lo contrario: porque, si bien es cierto que el término globalización nació en las canteras de la economía, su acepción ha abarcado otras disciplinas, como la comunicación y la cultura, esa “aldea global” de la que hablaba Mc Luhan hace casi cincuenta años, es hoy una realidad que viaja a través de la fibra óptica a la velocidad de la luz y envuelve el planeta.

¹ En *La ausencia de la forma da forma a la crítica que forma el canon literario peruano* se señala cómo se inició la crítica literaria en el Perú a fines del siglo pasado. “La crítica literaria peruana, la universitaria y la académica, la de revistas literarias especializadas, y la periodística tal como se conoce hoy en día, nace, parece, entre mujeres el siglo pasado. En las veladas literarias y en “El club literario” de la casa de Juana Manuela Gorriti se reunieron las colegas, entre ellas Mercedes Cabello de Carbonera, Carolina Freyre de Jaime y Clorinda Matto de Turner, quien figura como editora y directora de *El Perú ilustrado*, la mayor revista literaria de la época, entre 1889 y 1891. Cuando la crítica se afirma a principios del siglo XX, se vuelve dominio masculino. Se establece como asignatura académica con José de la Riva Agüero (1905), José Gálvez (1915), y los trabajos de Luis Alberto Sánchez a partir de 1920, y sobre todo a partir del primer tomo de su historia de la literatura peruana (1928)”. (Angvik, 1999, p. 386).

Por ello, a pesar de que este adelanto todavía no se manifiesta categóricamente en nuestro medio, es un fenómeno que debido a su magnitud nos toca y nos arrastra. Sin embargo, situémonos en el sitio correcto y no hagamos futurismo: en nuestro medio los cibernautas no sobrepasan los 50 mil usuarios, según la Red Científica Peruana, mientras que un tiraje en día de semana de un diario como *El Comercio*, según lo consigna su tarifario, asciende a los 130 mil ejemplares, sin contar los domingos cuando se producen más de 200 mil diarios². Esto asegura una lectoría promedio de 700 mil personas.

Actualmente, en Lima existen unos veinte diarios, tres especializados en deportes y dos en temas de salud. Sólo siete de este grupo heterogéneo, *El Comercio*, *Expreso*, *La República*, *El Sol*, *Gestión*, *Cambio* y *El Peruano*, tienen secciones regulares dedicadas al tema cultural.

Averiguar qué se publica en estas páginas, cuáles son las jerarquías respecto a temas y noticias y cuál es el lenguaje utilizado, nos permite abordar el tema en su compleja estructura, y a la vez nos hace comprender cuál es la significación de la cultura en la prensa, en un momento clave del proceso histórico: como todo fin de siglo, éste también trae sus paradigmas y revisiones. Fukuyama habló del fin de la historia, Toffler señaló la actual como la ola del conocimiento, un filósofo como Heidegger comienza a ser revalorado, sobre todo desde una nueva concepción ética que no alude ya a la justicia social o la lucha de clases, sino a la búsqueda de la felicidad y el bien común, como las nuevas utopías.

² En “Los lectores del rediseño” un estudio de CPI sobre lectoría de diarios entre febrero y marzo de 1999 se señala que los lectores de *El Comercio*, como promedio diario, ascienden a 736,500. (*Suplemento Especial de El Comercio*, 4 de mayo de 1999:12).

Este es el escenario sobre el cual buscamos entender la dimensión de lo cultural. Un tiempo de revisiones ideológicas, pero marcado por la sacralización de la tecnología; un tiempo que nos habla de globalización económica, de libre mercado y postmodernidad.

Mención aparte merecen los suplementos dominicales de algunos de los diarios mencionados (*El Comercio*, *La República*, *Gestión*). En la mayoría de ellos el manejo de los artículos sobre letras y artes difiere con las ediciones diarias. Esto puede ser explicado por el mayor espacio redaccional, por la mejor precisión de los géneros empleados y por una presencia notoria de colaboradores que han sido, a través de los tiempos, los grandes alimentadores del periodismo cultural, traducido en amplios reportajes o ensayos críticos que evalúan o se aproximan a corrientes, tendencias y aptitudes del hombre frente al arte.

3. MARCO TEÓRICO

La tendencia a publicar informaciones culturales en los diarios tiene su raíz en la concepción ilustrada de la cultura. La difusión de las bellas artes y letras, como una forma de enaltecer la creatividad y de informar a una minoría de conocedores sobre autores, corrientes de pensamiento y opinión respecto a temas, generalmente de literatura, pintura, teatro e historia, se remonta a los inicios del Siglo XIX, cuando en Europa y América se había robustecido la gran prensa masiva.

La comunicadora Sonia Luz Carrillo afirma: “Cuando el conocimiento científico desarrollado el siglo anterior alcanza sus aplicaciones técnicas da como resultado el proceso conocido como Revolución Industrial. Y la repercusión inmediata sobre la prensa es la facilidad para que ésta llegue al público”.³

El tipo de menú selecto que servían a sus lectores revistas de fines del siglo pasado y del inicio de éste como *The Criterion*, *Nouvelle Revue Francaise*, *La Revista de Occidente* y la latinoamericana *Sur*. Sin embargo, este sentido clásico de las artes y la cultura evolucionó con el transcurso del siglo en un abanico más amplio y heterogéneo. En buena medida por la masificación del término cultura y por su concepción menos elitista y más antropológica: esto le impuso nuevas connotaciones, más abiertas hacia el quehacer del hombre como parte de una colectividad. La idea de cultura se asoció ya no sólo a manifestaciones clásicas sino se abrió a las vanguardias, las creaciones populares y nacionales.

³ En “Redacción periodística en el Programa de especialización para periodistas del área cultural de los diversos medios de comunicación social”. (Carrillo, 1998).

A partir de estas dos concepciones -la clásica burguesa y la antropológica- el término cultura ha sido reproducido en el periodismo en cuanto a género de información, y a partir de ellas se produce su valoración y análisis.

Después de esta introducción, nos vemos en la necesidad de explicar el meollo de nuestro objeto de estudio: la cultura, lo cultural dentro de un medio impreso, en este caso un diario de circulación masiva.

Las influencias del periodismo francés, inglés y americano en el desarrollo de la prensa han sido sustantivas. Los diarios en la actualidad han sido hechos a imagen y semejanza de periódicos como *The New York Times*, *Washington Post* o *Le Monde*.

Un dato sugerente sobre el origen del periodismo cultural en *The New York Times* lo cuenta el periodista y crítico español Iván Tabau:

Adolph Ochs compró el *New York Times* en 1896. Su mujer, Iphigene, ‘una señora cultivada que había escrito críticas literarias en Chattanooga’, intentó persuadirlo de que incluyese en el periódico una sección de libros. Pero Ochs, que no era aficionado a la literatura, decidió que se tratase a los libros como si fuesen noticias y que se comentase con toda cortesía porque tenía sumo cuidado en no molestar a nadie. Algunos años más tarde, el *Times* de Nueva York tenía un abultado suplemento dominical, con una influyente sección de crítica de libros en la que trabajaban veinte redactores (...) en 1962, el *Times*, ante la ‘explosión cultural’ de Norteamérica, que planteaba nuevas exigencias informativas, creó un departamento cultural atendido por un equipo compuesto por cuarenta redactores y críticos, destinado no sólo a informar a los lectores de los acontecimientos artísticos producidos en el país, sino también a analizarlos y valorarlos. La idea primitiva de Ochs respondía a una concepción clásica del periodismo americano. El diario habla de todo, para todos, sabiendo de todo aunque sea poco: vulgariza (¿o difunde?) saberes. Se hablará pues de cultura en función de su interés noticiable: muertes (Ramón J. Sender, Lee Strasberg, Thelonus Monk), centenarios (Virginia Woolf, James Joyce, Santa Teresa),

premios (el Nobel, el Nadal, el Planeta). Para la prensa “popular” -diaria o no- sólo hay cultura cuando la cultura es noticia.⁴

Esta posición maximalista nos aproxima con claridad a lo que es considerado como “cultura” en un medio periodístico, cuyo objetivo último es el interés general y lo “noticioso”. Es decir, lo que puede ser interesante para un sector amplio de público, un sector consumidor que actualmente está medido por sectores socioeconómicos. (esto se lo debemos a las ciencias sociales y la economía). Así un diario como *El Comercio* sitúa su público potencial en sectores A, B y C, éstos son sus grupos de interés, sin por ello excluir los sectores D y E, a los cuales se dirigen secciones específicas como Lima o las cartas de ayuda y solidaridad.⁵

3.1 El dilema de “cultura”

Para buscar un punto exacto de definición de lo que es “cultura”, podemos acudir a la clásica y socorrida fórmula del diccionario aunque su definición sea sólo un pálido reflejo de lo que busquemos. El Larousse apunta por “cultura”: “desarrollo intelectual o artístico (Sinón. V. Saber) // Civilización // Acción de cultivar las letras, ciencias, etc”.

El diccionario Casares dice: “Mejoramiento de las facultades físicas, intelectuales y morales del hombre / resultado de este mejoramiento, en el individuo y en la sociedad”; mientras Xurigera apunta: “Conjunto de los conocimientos literarios, artísticos o científicos

⁴ En *Teoría y práctica del periodismo cultural*. (Tubau, 1982, p. 12).

⁵ En “De la imprenta a la televisión digital”, un artículo realizado con ocasión de la inauguración del canal de televisión del Grupo El Comercio, Alberto Cendra, gerente general de El Comercio Producciones, afirmó que “el público al que *El Comercio* se acerca (...) son los segmentos A, B y C del país. Estos segmentos son los lectores tradicionales del periódico”. Revista *PC World*, 7 de mayo de 1999, p. 28.

que ayudan a perfeccionar el gusto y la inteligencia”. A estas definiciones clásicas se puede añadir lo que dice el antropólogo E. B. Taylor en *La Gran Enciclopedia Larousse*. “La cultura o civilización es aquel todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres y cualesquiera otros hábitos o capacidades adquiridas por el hombre en cuanto miembro de una sociedad”. Ésta última definición ilustra claramente la transmutación del término, de lo exquisito a lo masivo.

Esto hace volver la vista a los años sesenta y al fenómeno de la “cultura masiva”: el debate entre académicos clásicos y quienes veían con sentido optimista la concepción de la cultura en los medios. En 1965, el profesor y filósofo italiano Umberto Eco planteó las definiciones de “apocalípticos” e “integrados” para nombrar a estos dos sectores de intelectuales que reaccionaban de manera crítica o entusiasta frente a una cultura emergente, que banalizaba y resemantizaba los mensajes de la concepción ilustrada.

Posteriormente, esto devino, en Norteamérica, a la creación de nuevas terminologías como *High cult* y *mid cult* para designar modos culturales que tenían que ver con una alta cultura burguesa y con una cultura masiva que se apropiaba del conocimiento ilustrado para industrializarlo y hacerlo accesible a todo tipo de público. Así, la Monna Lisa, de Da Vinci, se convirtió en objeto de consumo; al igual que la Novena Sinfonía de Beethoven; o las esculturas de Miguel Ángel.

Lógicamente, esta masificación estaba amparada, después de la Segunda Guerra Mundial, en una clase media emergente, cuyos consumos pretendían ser más exquisitos por el aumento de su propio poder adquisitivo. Esta clase ya no sólo leía periódicos sino pretendía, por un lado, un acercamiento a las clases altas y sus indumentarias culturales y,

por otro, cultivaba un gusto por el ocio y la diversión como escape a la vida agitada que le imponía la urbe.

En 1966, otro apocalíptico, Herbert Read, pedía establecer una distinción solemne entre lo que es arte y lo que es diversión, y decía que se debía mantener esa diferenciación en todas nuestras actividades culturales.⁶ Para Read, ni el cine ni la radio ni los cantantes de música ligera o jazz deberían ser considerados como elementos culturales.

Este index cultural no es una discusión agotada. Hasta nuestros días aún en los principales diarios hay temas que están encuadrados en lo “cultural” y otros en el “entretenimiento”, distinciones que diferencian a un medio de otro. Por ejemplo, el cine está entre dos aguas, entre el referente de la cultura y del entretenimiento. Como señala el periodista y editor argentino Jorge B. Rivera:

Todo periodismo en definitiva es un fenómeno cultural, por sus orígenes, objetivos y procedimientos, pero se ha consagrado históricamente con el nombre de “periodismo cultural” a una zona muy compleja y heterogénea de medios, géneros y productos que abordan, con propósitos creativos, críticos, reproductivos o divulgatorios los terrenos de las bellas artes y las bellas letras, las corrientes del pensamiento, las ciencias sociales y humanas, la llamada cultura popular y muchos otros aspectos que tienen que ver con la producción, circulación y consumo de bienes simbólicos, sin importar su origen o destinación estamental”.⁷

Esta definición engloba lo que se conoce como periodismo cultural, sus variantes y su diversidad.

De acuerdo a estas definiciones teóricas y la práctica observada en los diarios limeños podemos inferir que lo cultural está restringido a temas que van de lo literario a lo plástico:

⁶ Tubau: **Ob. Cit.** p. 112

⁷ En *El periodismo cultural*. (Rivera, 1995, p. 19).

pintura, escultura, ensamblajes; y en un tercer rango el teatro y la danza. Al respecto temas como el cine y la música compartirían preferencias entre lo cultural y el espectáculo.

Podemos entender que una película de autor es un tema cultural y una taquillera, elaborada de acuerdo a la industria cinematográfica es considerada como “entretenimiento”. En lo que se refiere a la música, ésta corre la misma suerte: generalmente la música clásica, de cámara, el jazz y algunas manifestaciones del folclor son invariablemente señalados como productos culturales, en cambio el rock, los ritmos de tendencias caribeñas y africanas, son consignados como productos de entretenimiento. Al respecto no hay un acuerdo teórico marcado sino se rige de acuerdo a criterios personales de editores y directores, a los “apocalípticos” e “integrados” de la prensa diaria.

Otra de las características de esta gran prensa es su interés por llegar a un lector promedio, que es un consumidor potencial de los diarios, una persona alfabeta que vive en las grandes urbes, y cuyo nivel cultural está desarrollado en términos medios por su contacto con los diversos canales de una sociedad sobreinformada.

3.2 Los géneros del periodismo cultural

Esta amplitud conceptual nos lleva hacia los géneros más usuales del periodismo cultural.

Sin distanciarse demasiado de los géneros del periodismo en su concepción más clásica, la prensa cultural ha echado mano con peculiar sentido al artículo puramente informativo o descriptivo; al ensayo analítico, que encierra una actitud crítica respecto a un hecho o fenómeno; al reportaje, a la crónica y al suelto. Aparte de estos géneros, se debe hacer una

distinción especial a las notas de las secciones bibliográficas, que pueden ir desde la simple reseña a la crítica exhaustiva. A la primera se le exige una idea sucinta del contenido y de las principales ideas o tesis sostenidas con algún juicio breve sobre su originalidad, valor, etc; en cambio a la segunda sí se le exige un mayor despliegue interpretativo y valorativo.

Como lo mencionamos anteriormente entre los géneros mayores del periodismo cultural se encuentra el ensayo. Como apunta Jorge B. Rivera:

El ensayo erudito se inspira en fuentes bastantes diversas, aunque las más frecuentemente detectables, desde el punto de vista histórico, son la tradición filológica, el comparativismo literario, la crítica textual y los estudios estilísticos, y en este sentido podemos citar como modelos inspiradores a Amado Alonso, Américo Castro, Benedetto Croce, Paul Van Tieghen, René Wellek, Joseph Bédier...etc.”⁸

Actualmente, en la prensa peruana merecen destacarse: Julio Ortega, José Miguel Oviedo, Miguel Gutiérrez, Fernando Ampuero, Gustavo Faverón, Alonso Cueto, Washington Delgado, Abelardo Oquendo, Ricardo Silva-Santisteban en literatura; Elida Román, Jorge Villacorta, José Bravo, en pintura y artes plásticas; Alonso Alegría, Hugo Salazar de Alcázar, Santiago Soberón, Alfonso La Torre, en teatro; y Ricardo Bedoya, Isaac León Frías y Federico de Cárdenas, en cine.

El ensayo, además de información, proporciona interpretación, explicación e incluso especulación de los hechos y temas que trata. Un ejemplo son los escritos del francés Montaigne, uno de los creadores del género.

⁸ Ob. Cit. p. 46

Aparte de los ensayos, destacan las necrológicas, que tienen que ver con los homenajes o notas a raíz de la muerte de un escritor. Muchas veces son aproximaciones a la obra de un autor o artista, que históricamente han llegado a

ocupar suplementos enteros, y cuyos aportes se pueden resumir en los siguientes: abordajes novedosos de alguna obra u autor desde otro tiempo y momento histórico, en el cual muchas veces su obra adquiere una nueva dimensión o interpretación. Un

ejemplo es lo que sucede con Balzac, quien en su momento no fue lo suficientemente valorado por la crítica pero que con el tiempo se ha convertido en clásico.

El ensayo necrológico también permite una aproximación evaluativa a una obra integral; o una visión innovadora sobre un autor, corriente de pensamiento o generación.

En el caso peruano se puede mencionar el especial dedicado por un número completo de *El Dominical* de *El Comercio* sobre el centenario del nacimiento de José Carlos Mariátegui en 1994.⁹ En ese número el abordaje de su obra y pensamiento fue visto desde una dimensión diferente a la concepción marxista. Y por el contrario se destacó la figura de Mariátegui como un autor multidisciplinario, y se resaltó su papel de periodista como director y fundador de una publicación tan importante para el desarrollo de la cultura y el periodismo cultural en el Perú como la revista *Amauta*.

⁹ En *La vigencia de Mariátegui*, un dossier de 16 páginas sobre la vida y obra del amauta se escribía: “Sin duda el insigne intelectual no habría escrito en la actualidad, lo que escribió hace cincuenta años. En la época en que Mariátegui empieza su trayectoria ideológico política, el ensayo de una nueva sociedad que había iniciado Lenin en 1917, seguido por Stalin a partir de 1924, era visto por los políticos de avanzada, en diversos países de Europa y América Latina como una marcha triunfal hacia una sociedad justa y libre (...) En aquellos tiempos, no se preveía que una reforma agraria hecha sin preparación del campesinado terminaría en desastre. Tampoco se podía imaginar que la verdadera reforma consiste en lograr una justa redistribución de la renta, como sucede en los países que han alcanzado un mayor desarrollo”. *El Dominical* de *El Comercio*, 12 de junio de 1994: 2.

El perfil es otro de los géneros abordados por el periodismo cultural. Generalmente, es una presentación esquemática y breve sobre algún personaje: narrador, novelista, pintor, escultor, músico, etc., que acompaña notas mayores como el ensayo o la nota necrológica.

Las secciones bibliográficas también son parte importante de este tipo de periodismo, aquí se pueden distinguir dos clases de notas: la reseña bibliográfica o la crítica literaria, cada una cumple su función específica y su interés difiere en cuanto al centro de atención.

La reseña generalmente es una nota breve, y tiene un valor tangencial, modesto. Se le exige una idea sucinta del contenido de la obra en cuestión, con alguna aproximación valorativa respecto a características y estilos. Tiene un valor informativo y didáctico, permitiéndole al lector del periódico un conocimiento somero sobre el libro reseñado.

En cambio la crítica es un comentario extenso y riguroso, al que se le exige un esquema teórico y conceptual, un ahondamiento en la obra, diseccionando sus partes tanto en forma como en contenido. Aquí la valoración debe ser más rigurosa y generalmente debe ser escrita por expertos en el tema abordado.

Si bien estos géneros distinguen al periodismo cultural, la experiencia en el campo nos permite apuntar otros aspectos más: la nota informativa, empleada generalmente para anunciar algún evento, conferencia o exposición, que tiene la misma finalidad de una nota de la sección deportiva o de locales.

Después, se puede agregar los sueltos o pequeñas notas que forman parte de agendas culturales o estafetas, en los cuales se brinda, en pocas palabras, un panorama variado sobre

las diversas actividades diarias o semanales del mundo cultural: aquí se incluyen notas sobre exposiciones pictóricas, presentaciones de libros, seminarios, talleres, congresos, conversatorios, mesas redondas, etc. Tienen la finalidad de brindar un servicio informativo al lector.

A través de su historia, el periodismo cultural ha desarrollado una serie de géneros informativos que lo caracterizan y hacen posible su misión. De esta manera, estos géneros propician la difusión de una información que si bien guarda los elementales requisitos periodísticos de informar también tiene una obligación de valorar e interpretar hechos simbólicos (en la mayoría de los casos obras artísticas).

Esta enumeración apretada de los géneros más utilizados en el periodismo cultural, es una muestra de la variedad a la que pueden echar mano las secciones culturales para cumplir su función.

4. METODOLOGÍA

A partir de un ejercicio práctico, la revisión de las secciones culturales en cinco diarios de Lima durante una semana, podemos tener una aproximación empírica sobre las pautas y lineamientos de la información (el tratamiento noticioso) de lo llamado “cultural” y una evaluación teórica de la misma.

En este sentido, el estudio es descriptivo en su primera fase y explicativo en segunda instancia. El procedimiento metodológico seguirá el camino del análisis inductivo. Partir de informaciones particulares hacia una conclusión general que no sea excluyente sino por el contrario que busca integrar datos para abrir puntos de reflexión y análisis posteriores.

El estudio analítico de la información cultural de cinco diarios de circulación masiva se conoce como hemerografía. El primero que hizo este tipo de estudio a través de los tiempos ha sido el profesor Jaques Kayser, periodista e intelectual francés, a quien se considera como el pionero de los modernos sistemas de análisis de medios en Europa. Los estructuralistas franceses lo consideraron como su precursor histórico, cuando no se hablaba todavía de estructuralismo, como método de trabajo aplicable a un buen número de disciplinas humanísticas.

Así el objeto de la hemerografía es el examen, estudio y descripción de los periódicos. Y es un paso obligado para todo aquel que se proponga un análisis y una crítica de un diario, abarcando todos los aspectos del mismo: desde su tendencia u orientación ideológica y política hasta el porcentaje de los anuncios publicitarios y obviamente el carácter de las informaciones que lo contienen.

De acuerdo a esta metodología, hemos medido los espacios redaccionales de los periódicos observados, estableciendo las medidas a través del centímetro cuadrado. De esta medición directa hemos conocido de manera exacta cuáles son las dimensiones de la información y de la publicidad en su conjunto, sacando a partir de ahí porcentajes referidos a las secciones culturales. Esta medición empírica nos ha servido como materia prima para llegar a conclusiones sobre el contenido, forma y espacio de lo cultural en los medios masivos limeños.

5. EL INFORME

5.1 *El Sol, La República, Gestión, Expreso, El Comercio*

Algunos de estos diarios cuentan con mayor tradición que otros, pero estos cinco periódicos con similitudes y diferencias, son parte de un mismo medio (Lima) y representan a nuestra prensa cotidiana.

Una primera coincidencia es que son considerados por el lector común como “serios”, y se diferencian de manera clara con la prensa sensacionalista de aparición reciente -y muchas veces fugaz-. Las diferencias son claras: tanto de estilo periodístico en el tratamiento de la noticia, como en sus objetivos informativos. Un ahondamiento en la materia escapa a los intereses de este informe.

De los cinco diarios mencionados, cuatro están dirigidos a un público general y sus ediciones se distribuyen a nivel nacional. Sólo uno, el diario *Gestión*, está centrado en un público objetivo reducido: empresarios, ejecutivos y profesionales y trabajadores vinculados al sector económico. Sin embargo, no por ello deja de mantener un cuerpo informativo general, que incluye no sólo secciones de espectáculos y deportes sino también suplementos de variedades en formato de revista.

Para el efecto de esta investigación, se ha realizado un estudio hemerográfico de las ediciones diarias de estos cinco matutinos en el período que va del viernes 2 de abril de 1999 al miércoles 7 del mismo mes.

Por ser de interés para la investigación se ha incluido, en algunos casos, un comentario sobre los suplementos dominicales de estos diarios, en los cuales hay una presencia -en menor y mayor grado- de informaciones y noticias culturales.

Este estudio nos ha permitido conocer el espacio dedicado a la cultura dentro del cuerpo informativo general. Y sobre todo su tratamiento como información, como evaluación de la actividad artística e intelectual, como crítica de la misma o como un reflejo de una realidad poco atendida. Esto se enmarca en la orientación que tiene la prensa masiva, desde el siglo pasado, a segmentar su contenido.

Así, la gran prensa ha estado orientada a satisfacer los gustos y necesidades de grupos sociales heterogéneos. La profesora de Comunicación Social, Sonia Luz Carrillo señala:

Cautivar a este público se convierte en el objetivo de la prensa y por eso a las funciones informativa e ideológica que había tenido desde siglos anteriores se añade con fuerza la del entretenimiento, la diversión. En un primer momento la ampliación del público había determinado la especialización en términos de periodismo de información y periodismo de opinión, sin embargo, ante el incremento de las necesidades de una sociedad cada vez más compleja, los diarios fueron distribuyendo la información a diversas secciones.¹⁰

Estas exigencias diversas y heterogéneas que llevó a los diarios a segmentar sus contenidos en secciones específicas, como espectáculos, modas, hogar o deportes, son las mismas premisas que tiene el periodismo cultural en un diario masivo de comunicación.

5.2 Cultura y espectáculos

Un rasgo que merece distinguirse en esta interpretación de las noticias culturales en los cinco diarios observados, es la delgada frontera que divide lo cultural del espectáculo, en una sección periodística. ¿Que hace de una información una noticia cultural y una noticia de espectáculos? Un caso notorio que puede servir como respuesta es lo que sucede con el cine. A pesar de que una sección cultural es definida como divulgación de arte y letras, el séptimo arte se encuentra mayormente en la parte de espectáculos. Un cine que pasó del *star system* de los años cuarenta al despliegue tecnológico es considerado por los editores de estas páginas como espectáculo, como entretenimiento y no como cultura. En cambio el tratamiento es distinto cuando se trata de una cinta exhibida en un cine club, como una retrospectiva a un director o cuando se trata de un “cine de autor” -definición en boga en Europa hace unas décadas para calificar las películas producidas por directores adscritos a ciertos movimientos como el neorrealismo italiano o la nueva ola francesa. Éste sí merece el calificativo de “cultura”.

Entonces, esa delgada frontera es más una definición subjetiva, que parte de las redacciones en su práctica cotidiana, de los consejos editoriales y sus convenciones para dividir las secciones de los periódicos y no necesariamente de una conceptaulización que tenga ciertos postulados objetivos. Para un medio un concierto de Joan Manuel Serrat o Pablo Milanés puede ser entendido como cultura, mientras que para otro será simplemente espectáculo.

¹⁰ Carrillo: **Ob. Cit.**

5.3 El diario *El Sol*

Es el más joven de los diarios analizados. Fue creado en 1995 por el empresario minero, constructor inmobiliario y langostinero, Andrés Marsano Porras, quien aglutinó a gran parte del equipo periodístico que trabajaba en el diario *El Mundo*, de efímera vida en la presente década.

Las ediciones diarias de *El Sol* tienen un número de 40 páginas. De todas ellas sólo una es dedicada a lo cultural (excepcionalmente aumenta a dos páginas). Después del estudio hemerográfico, observamos las siguientes características:

El porcentaje destinado a lo cultural apenas llega a un escaso 2,5 % comparado con toda la edición del diario. Las informaciones culturales están situadas en el cuerpo B, denominado Ciudad. Ahí también se consignan: 1 página de Nacional, 3 de Economía, 1 de Entretenimiento, 1 de Cultura y 3 de Escenarios (espectáculos). Los días de la medición no existieron avisos publicitarios en la página cultural. El espacio redaccional ocupaba el 100 % de la página.

Un 60 % de las informaciones culturales de *El Sol* están centradas en Lima: se tratan de exposiciones de pinturas o conferencias desarrolladas en universidades como la Pontificia Universidad Católica, Universidad de Lima, Centros Culturales y San Marcos.

Las grandes notas son generalmente acaparadas por artistas jóvenes: el viernes 2 dominó la página (60 %) un texto sobre la ceramista María Elena Alvarado, quien desde el macabro escenario de la violencia urbana -cadáveres, atropellados, mutilados-, ha construido su universo escultórico. El domingo 4 la entrevista central fue al joven poeta Miguel

Ildefonso, quien había publicado unos cuantos poemas en la plaqueta “La tortuga ecuestre”, una revista de poesía editada por Gustavo Armijos.

El resto de las ediciones están dominadas por temas centrados en personajes conocidos del universo cultural: una nota sobre la publicación de una biografía del poeta nicaragüense Ernesto Cardenal, una conversación entre Gabriel García Márquez y Akira Kurosawa sobre un proyecto cinematográfico que nunca pudo ser filmado; un informe reproducido de diarios mexicanos respecto a los orígenes de Sor Juana Inés de la Cruz; además de informes respecto al XI Encuentro de cine de Toulouse, en Francia, donde participaron las películas peruanas *No se lo digas a nadie* de Lombardi y *Coraje* de Chicho Durand. La nota es firmada por la escritora Patricia de Souza, quien señala que escribe especialmente para *El Sol*. El 40 % de la información de este diario está consignada a lo exterior: destaca, especialmente, la columna denominada “La aldea global”, donde se consignan cables, generalmente, de la agencia EFE.

La sección cultural de este diario también incluye una estafeta diaria, donde se destacan eventos culturales diarios, como presentaciones de libros, exposiciones de pinturas, charlas, seminarios y funciones de cine y teatro en cine clubes o en el Centro Cultural de la Católica, el Teatro Universitario de San Marcos o la Universidad de Lima. El lenguaje de esta sección es conciso y sobrio, con informaciones cortas y escuetas, apropiadas de este tipo de informaciones.

Entre las ausencias de la página, podemos consignar la falta de columnas de autores reconocidos y de informaciones culturales del interior del país. Durante la semana del análisis, ninguna nota de provincias apareció en la sección cultura de El Sol.

Los artículos están redactados con un lenguaje claro, preciso y simple pero no ramplón. Sin embargo, en las notas amplias a artistas jóvenes, nos da la impresión de que no se muestra específicamente arte sino provocación. Hay una atmósfera de autopromoción cultural, como si quisieran vender una buena imagen de los artistas, antes que valorar críticamente su trabajo.

5.3.1 Diagramación y diseño de *El Sol*

El sol se edita en tamaño estándar y tiene medidas de 57.5 cm x 33 cm. La diagramación se realiza en modernas máquinas macintosh, mediante el sistema Quark Express. Este sistema, distribuido en módulos-columnas, permite obtener un diseño moderno donde se prioriza la imagen sobre el texto, es común el silueteado de fotografías y otros artificios en titulares, bajadas y gorros.

La página cultural parece dividida en tres módulos horizontales. En las notas principales hay un porcentaje de 60 % de imagen sobre 40 % de texto. Mientras que la presencia habitual de una fotoleyenda le da a la página una sensación gráfica.

5.4 Diario *La República*

En 1981 hizo su aparición en el mercado periodístico limeño, un diario que presentaba temas policiales como el plato fuerte de sus ediciones. No sólo incluía extensas crónicas policiales, trabajadas con trazos literarios, sino un impactante despliegue fotográfico. Así nacía *La República*.

Desde su posición de diario policial fue inclinando su orientación hacia lo político.

Convirtiéndose, luego, en opositor al gobierno del presidente Fernando Belaunde, inauguró una línea vinculada a sectores de la izquierda peruana. En este aspecto apoyó la candidatura del líder de Izquierda Unida Alfonso Barrantes a la alcaldía de Lima y la presidencia, así como de Henry Pease García –de la misma agrupación– cuando fue candidato presidencial en 1990.

Actualmente, *La República* mantiene una línea crítica respecto al gobierno de tendencia liberal del presidente Alberto Fujimori.

Si bien explicar este tipo de posición política excede el presente análisis, nos parece correcto poner esto como evidencia, para fijar –aunque sea de manera someramente– la posición del periódico analizado y entender también desde esta perspectiva sus orientaciones periodísticas hacia las páginas culturales. El análisis hemerográfico arrojó los siguientes resultados.

El diario *La República* cuenta con ediciones diarias de 28 páginas, además de dos suplementos de 8 páginas de la sección Goles (deportes) y 8 más de la sección Fama (espectáculos), los que suman un total 44 páginas.

Todos los días, *La República* incluye distintos tipos de suplementos –algunos de ellos se adquieren con un precio mayor al costo del periódico, como la Enciclopedia Larousse o unos discos compactos de música popular– y otros encartes periodísticos como separatas de turismo, transporte, etc.

De estas 44 páginas, sólo una (mayormente ubicada en la página 17) está dedicada a lo cultural. Puede decirse que el 2.27 % de toda la edición está dedicada a informaciones sobre artes y letras. La página es editada por el sanmarquino Pedro Escribano, quien es egresado de la Escuela Académico Profesional de Literatura.

La información de la página 17 está dividida en seis columnas. Al costado izquierdo –casi de manera inequívoca– está ubicada una estafeta, bajo el nombre de Agenda cultural, donde se resume la información sobre las actividades culturales del día: presentación de libros, conferencias, filmes, eventos musicales, exposiciones de artistas plásticos. La agenda ocupa, aproximadamente, el 10 % de la superficie de la página.

En la parte inferior se encuentra una columna fija, llamada Inquisiciones, firmada por el escritor y crítico Abelardo Oquendo. El autor se encarga de comentar diariamente diversos hechos vinculados con lo cultural –situándose mayormente en Lima–. En una ocasión escribió sobre lo mal que estaba redactado el proyecto de ley para declarar el año 2000, como centenario del nacimiento del compositor puneño Teodoro Valcárcel; en otra (sábado 22 de mayo) criticó las ediciones restringidas que hace el Rectorado de la Universidad Católica de la serie de poesía *El Manantial Oculto*, cuyo último número reproduce “Falsos rituales y otras patrañas” de Emilio Adolfo Westphalen. “La percepción es esa, la de la exclusión”, dice Oquendo, quien después recuerda que paradójicamente, casi siempre los

libros de Westphalen han tenido una vocación privada. Inquisiciones abarca aproximadamente el 20 % de la página.

En lo que respecta a la distribución de las otras informaciones del día, la nota central, que ocupa un mayor espacio dentro de la página, está referida generalmente a un tema que tiene que ver con la cultura nacional -esa fue una constante en los días del análisis-, textos sobre el reciente libro de Alfredo Bryce, *Guía triste de París*; una entrevista al escritor huaracino Marcos Yauri Montero, una muestra del arte vivo de Chancay, etc. Sólo un día: el miércoles 7 se puso como nota principal un cable que daba cuenta de un texto escrito por Carlos Fuentes desde Nueva York, quien expresaba que los autores latinoamericanos aprendieron a escribir a partir de Borges y Alejo Carpentier.

Después de esta nota central, se distribuyen en un orden decreciente tres informaciones más (20 %, 15 y 10 %) que incluyen mayormente dos notas internacionales y una local. Éstas pueden reducirse o desaparecer de acuerdo a la presencia del avisaje, el cual no se presentó durante los días examinados.

Por su naturaleza de sus colaboradores, como Rosina Valcárcel, *La República* se encuentra cercana a la generación del setenta, y mantiene en sus artículos un sentido del arte comprometido con el entorno social.

Debemos hacer notar que si bien no está dentro de la sección cultural, la página de Opinión de este diario, que ocupa dos páginas (sin presencia publicitaria) encaja en nuestro tema de investigación, pues incluye artículos o comentarios precisos sobre temas culturales: escritores, publicaciones o críticas. Entre los habituales colaboradores de esta página se encuentran el poeta Juan Cristóbal, la escritora Rosina Valcárcel y el crítico Ismael Frías.

El lenguaje empleado por *La República* es netamente periodístico: fresco, conciso y preciso. Una excepción a lo dicho es la columna Inquisiciones. Notamos que Abelardo

Oquendo usa una fina ironía, un lenguaje pulcro y adecuado. No se observa las notas promocionales de tal o cual escritor, método tan usado en la actualidad.

Otra excepción, con respecto a los otros periódicos observados, las marcan las entrevistas a cargo del editor. Apelando a recursos literarios se busca no sólo respuestas interesantes, sino cierta penetración psicológica hacia el entrevistado, y una valoración a su obra.

5.4.1 Diagramación y diseño de *La República*

Este diario es editado en dimensiones de 41 x 29, mayores al formato tabloide. *La República* es diagramada en Quark Express y la página cultural, como el resto de la edición –a excepción de deportes y espectáculos–, esta dividida en seis columnas. Las informaciones son presentadas en una serie de recuadros, que llena toda la página, dando una sensación de abigarramiento. Las fotografías son pequeñas (la mayor está publicada a tres columnas y no excede las dimensiones de 7 cm x 10 cm.), esto hace que la página cultural sea poco atractiva, especialmente para lectores nuevos, no muy interesados en lo “cultural”.

5.5 El diario *Gestión*

Este diario nació a inicios de la década con un claro público objetivo: el rubro conformado por empresarios, ejecutivos, economistas y profesionales vinculados al sector económico del país. Por este motivo sus informaciones estuvieron orientadas a destacar el movimiento del mundo empresarial, con artículos sobre inversiones, proyectos de desarrollo, datos de bolsa, notas empresariales, etc.

Sin embargo, con el transcurso del tiempo esta orientación inicial se fue ampliando a públicos mayores: de la información especializada, *Gestión* optó por notas generales: política, locales, espectáculos y deportes. Dentro de esta masificación se designó una sección cultural, que ocupa un promedio diario de tres páginas, de un total de 47 que tiene la edición total, incluyendo 12 páginas de suplementos de espectáculos y deportes. A continuación las características del estudio hemerográfico.

El promedio de informaciones culturales en relación al resto del periódico es de 6.38 %. La información consignada en las tres páginas referidas a lo cultural incluye una amplia gama de temas, algunos de los cuales sobrepasan al sentido estricto de las artes y de las letras, como podemos ver en algunas crónicas turísticas sobre festividades religiosas en el interior del país, así como noticias cablegráficas o de Internet referidas al desarrollo científico y tecnológico actual. Además de estas notas, encontramos, estrictamente, los artículos sobre artes y letras en el sentido más tradicional de estos términos.

Un ejemplo de esta heterogeneidad inusual dentro del género, lo marca las notas aparecidas en la sección cultural del Viernes Santo 2 de abril. El artículo principal estaba referido a la celebración de la Semana Santa en distintos lugares del orbe. Después en la segunda página

de cultural se publicaba un amplio informe venido del exterior sobre la autenticidad del Santo Sudario, acreditada por la Nasa, y en la última página de la sección se incluían textos sobre una exposición de comics, como arte contemporáneo. Así como la presentación de un grupo de jazz, un ciclo de cine por Semana Santa y un recital de música.

Luego, el sábado 3, este diario consigna a toda página una exposición de pintura en el Instituto Cultural Peruano Norteamericano, y en la segunda destaca un curso de extensión sobre “Globalización y desarrollo humano en el Perú, en el Centro Cultural de la Universidad Católica y después una nota sobre la inauguración de una muestra de arte de Enrique Vigil en el Centro Comercial El Polo de Monterrico. Y en la última página anuncia la conmemoración en Fráncfort de los 250 años del nacimiento de Goethe.

Después, a diferencia de los anteriores diarios, *Gestión* presenta una sección fija de publicaciones con notas sobre los libros “Economía” de Richard Webb y poemas de Manuel Núñez del Prado, “Sobre la luna llena”.

El domingo 4 de mayo, *Gestión* presenta sólo dos páginas culturales: en las que distribuye textos sobre la pintora mexicana Frieda Khalo, con un cable que da cuenta del proceso al alcalde de Venecia por el incendio del teatro La Fenice.

Después una nota sobre el pintor Miguel Angel Velit, quien expone en el Parque Reducto de Miraflores y un texto interesante sobre la relación entre la máquina de escribir y la computadora entre los escritores.

Esta diversidad se cierra con informaciones referidas a la exposición de pinturas del artista chileno Roberto Matta y una agenda cultural.

El martes 6 hay una variedad de temas culturales repartidos en las tres páginas. Hay una predominancia de informaciones sobre artes plásticas: exposiciones en la Asociación Cultural Peruano Británica, en el Centro Cultural Ricardo Palma, pintura infantil en el Museo de la Nación, en la galería del Instituto Cultural Peruano Norteamericano, y después notas cablegráficas que anuncian una película sobre la vida de Jorge Luis Borges en el centenario de su nacimiento, y sobre los 10 años de la pirámide de Louvre, y luego una nota sobre la presentación de Luis Repetto como nuevo jefe del Instituto Nacional de Cultura.

Sobre el tratamiento de estas informaciones, se utiliza mayormente la nota informativa: hay escasez de ensayos y ninguna crónica ni perfiles sobre artistas o escritores. Los artículos elaborados con mayor originalidad son los que se extraen del cable.

Asimismo, las notas sobre exposiciones de pinturas tienen al parecer la intención de promocionar al artista, eludiendo la crítica o la valoración de su obra de acuerdo a criterios estéticos, visuales o de originalidad. El lenguaje que utiliza este diario es sencillo y claro, cumpliendo los rigores que exigen los manuales de periodismo. A pesar de ello, creemos que se cambia la calidad por la cantidad.

Como lo anotamos líneas arriba, la sección cultural de Gestión abarca una variedad de temas que van de la ciencia al arte, y dentro de éste hay una predominancia por las artes plásticas y la literatura, sin dejar de mencionar informaciones sobre conferencias o seminarios que de alguna u otra manera tienen que ver con el sector económico.

5.5.1 Diagramación y diseño de Gestión

Editado en formato tabloide, la diagramación de la sección cultural de Gestión privilegia los textos sobre las imágenes. En lo que respecta a las fotografías no existe mayor cuidado de selección pues su calidad es ínfima y parecen solo un relleno de las informaciones.

Como las notas informativas son cortas, se privilegia la variedad, a través de recuadros.

Como dijimos, las fotos no ocupan grandes espacios.

A pesar de ello es una diagramación sobria, que no abusa del color ni de titulares escandalosos.

5.6 El diario *Expreso*

De los cinco diarios seleccionados para el presente trabajo, *Expreso* es el segundo más antiguo (el más longevo es *El Comercio*). Fue fundado en 1961 por Manuel Mujica Gallo, un político conservador que tuvo una participación notoria durante los gobiernos de Luis Sánchez Cerro (fue secretario personal); Luis Bustamante y Rivero (fue ministro consejero en la embajada peruana en Madrid) y Fernando Belaunde Terry (fue ministro consejero en Viena).

En 1965 la presidencia de la empresa Editora Nacional (a la que pertenece *Expreso*) fue asumida por Manuel Ulloa Elías, socio de Mujica Gallo, quien le terminó de dar una fisonomía al diario. Desde esta época, *Expreso* sería vinculado al partido Acción Popular, por la cercanía de Ulloa al Arquitecto Fernando Belaunde, de quien fue ministro de

hacienda en su primer gobierno y ministro de economía en el segundo período de 1980 a 1985.

Precisamente, terminada la etapa militar que generó la expropiación de los principales medios de comunicación del país, fue el presidente Belaunde quien devolvió estos medios a sus antiguos propietarios, a inicio de los años ochenta. Desde entonces *Expreso* ha pasado por una etapa de transformación tecnológica y ha experimentado cambios en su dirección ejecutiva y periodística: en 1992 falleció Manuel Ulloa y la presidencia del directorio fue asumida por su hijo Manuel. La dirección del diario fue asumida por Manuel d'Ornellas hasta enero de 1998¹¹, luego la ejerció Jaime de Althaus y después Eduardo Calmell del Solar.

Actualmente, *Expreso* tiene una edición diaria de 44 páginas. Los domingos sube a 64. Presentamos las principales características hemerográficas de este matutino.

El diario se divide en dos secciones: el cuerpo A donde figuran las páginas sobre política, internacional, economía, locales y deportes; y el cuerpo B donde se incluyen espectáculos, cultura, viajes, esotérica y un juego de palabras cruzadas.

A la sección cultural, *Expreso* le dedica generalmente dos páginas, y los domingos este número aumenta excepcionalmente a cuatro. Aunque hay días (como el viernes 2 de abril) que la página desapareció del diario y en su lugar se publicaron avisos publicitarios. Por ello, un primer análisis del espacio redaccional nos hace notar la dependencia de la sección a la publicidad. Si ésta aumenta la información disminuye y viceversa.

¹¹ Manuel d'Ornellas falleció el 15 de mayo de 1999.

Así, los avisos ocupan un 40 % de las dos páginas asignadas a las informaciones culturales. Lo curioso de estos avisos es que poco o nada tienen que ver con los temas que se tratan en la sección: se promociona los conciertos del cantante caribeño Chichi Peralta, la serie cómica “El cuarto de Juan” o el *talk show* de Mónica Chang “Hablemos claro”; también centros médicos, odontológicos, escuelas de enfermería o métodos para bajar de peso.

En términos porcentuales, la información cultural de *Expreso* llega a un 4.5 % de toda la edición. Su editor es el periodista y escritor Ismael Pinto.

Hay una predominancia por el periodismo informativo. Se anuncian libros, exposiciones pictóricas o festivales. El sábado 3 de abril (seguramente con motivo de la Semana Santa) se publicaba una gran nota sobre una exposición de maquetas de la ciudad de Jerusalén en el Museo de la Nación. Después los artículos con mayor espacio estaban referidos a la ausencia de museos en Lima a raíz de una exposición de museos españoles, después un gran comentario de Ismael Pinto (el domingo 4) sobre el último libro de Alfredo Bryce, *Guía triste de París* o un artículo sobre “El cómic en el arte contemporáneo”, también a raíz de una exposición.

La mayoría de artículos están circunscritos a Lima. Exposiciones en el Museo de la Nación, conferencias en el Centro Cultural de la Universidad Católica o la galería Ricardo Palma en Miraflores, el Centro Cultural Miraflores, la sala Luis Miró Quesada Garland en el mismo distrito, etc.

Durante la semana del análisis no se realizaron entrevistas culturales y el manejo de la información internacional era pobre: un texto pequeño de la Agencia EFE sobre el XI Premio Internacional Rómulo Gallegos (Martes 6), que anunciaba que el próximo 2 de julio

se conocería al ganador y otro sobre la muerte del editor de 87 años Giulio Eianudi (miércoles 7). Otras ausencias de la página son los ensayos y las críticas sobre arte o libros. Se debe hacer hincapié de que el nivel de las informaciones se reduce a cumplir un rol meramente informativo. Tampoco se anuncian eventos realizados en otras ciudades del país. Y en lo que se refiere a la agenda cultural, esta ocupa un lugar bastante reducido en la distribución de la página, llegando a ocupar un modesto 10 por ciento. En ocasiones, la agenda es retirada de acuerdo a la presencia de avisos.

5.6.1 Diagramación de *Expreso*

Producto de la innovación tecnológica que ha experimentado la mayoría de diarios de Lima, *Expreso* se diseña en computadoras de gran formato llamadas Maccintosh. Esto le dio, entrados los años noventa, una nueva presentación, un mejor uso del color y también una mejor disposición de los espacios dentro de la página. Sin embargo, en la sección cultural la diagramación parece haberse reducido simplemente a colocar un mayor número de notas, apretadas, en una página. Esto se traduce en un abigarramiento de la información, y conlleva a un pobre manejo fotográfico. La mayoría de las veces los avisos resultan más atractivos –debido a su colorido– que los mismos artículos.

5.7 Diario *El Comercio*

No afirmamos nada nuevo al decir que la presencia de *El Comercio* en la historia de la prensa nacional es preponderante. Trataremos de analizar la cultura vista desde las páginas de un diario que basa su liderazgo en tres aspectos sustanciales: en primer lugar por su antigüedad –su primera edición vio la luz un 4 de mayo de 1839–.

Esto indica una posición de privilegio en la historia peruana de los últimos 160 años; en segundo término por su solidez económica –es una empresa que se proyecta al próximo siglo con una millonaria renovación tecnológica y con la creación de un canal de noticias–; y como tercer aspecto está su lectoría, cuyo número asciende a un promedio de setecientos mil lectores, esto le asegura la preferencia de las agencias publicitarias y de las principales empresas para colocar avisos en su edición diaria.

5.7.1 En *El Comercio* una necesaria revisión de principios

La primera edición de *El Comercio* fue elaborada por diez personas, bajo la supervisión de sus fundadores Manuel Amunátegui y Alejandro Villota, los mismos que en 1875 entregaron la dirección del diario a José Antonio Miró Quesada, quien inició la saga familiar que a la postre se convertiría en la que desarrollará el diario hasta la actualidad. Entre sus miembros más ilustres se pueden mencionar al hijo del fundador, José Antonio Miró Quesada; a Luis Miró Quesada de la Guerra; a Oscar Miró Quesada (conocido bajo el

seudónimo de Racso); y últimamente al crítico literario y ensayista Aurelio Miró Quesada Sosa.¹²

Resumir los 160 años de historia del decano de la prensa peruana escapa a la esencia de este trabajo y rebalsa este informe¹³, pero debemos señalar un hecho que ayude a entender la filosofía de *El Comercio*. En el discurso de sus directores se repite con frecuencia principios vinculados a la defensa de valores y libertades. Tal como lo dijeron sus patriarcas Luis Miró Quesada de la Guerra (“el periodismo, tal como se ejerza, puede ser la más noble de las profesiones o el más vil de los oficios”) o Aurelio Miró Quesada Sosa (“No muere quien vive en sus ideas”), en el editorial del 4 de mayo de 1999, se escribe:

El Comercio tiene varios lemas que resumen su línea editorial: Orden, Libertad y Saber, que lo nutren desde su fundación, y con el paso de los años, ha ido incorporando otros como Independencia y Veracidad que simplemente actualizan una vocación de producir y enriquecer el constante diálogo público. Hay, en el fondo, el íntimo convencimiento de que el hombre es un ser racional y libre; que tiene por tanto el derecho y el deber de estar bien informado para participar activa y responsablemente en la toma de decisiones personales y colectivas. ¿De dónde, si no es de principios añejos, pero legítimamente humanos, podría provenir el empuje para culminar campañas tan arduas contra la esclavitud, en defensa del petróleo peruano, apoyando el conocimiento del país a través del Plan Perú, promoviendo cambios necesarios en la educación; o denunciando, como se hizo recientemente, casos tan graves como los del Tribunal Constitucional, el Canal 2, la situación irregular del Ministerio Público y otros de enriquecimiento ilícito de algunos personajes del régimen? ¿O, de qué otra forma se podría resistir los avatares del Perú republicano, donde la política a veces ha devenido en confrontaciones tan inescrupulosas como estériles que lo primero que hacían era enfilar contra la prensa independiente?¹⁴

¹² Sobre el trabajo intelectual de Aurelio Miró Quesada Sosa se puede revisar *Don José Antonio Miró Quesada* (Miró Quesada Sosa, 1997, p. 306.)

¹³ Sobre la historia de *El Comercio* se puede revisar *Los 150 años de El Comercio* (López Martínez, 1989).

¹⁴ En “Los 160 años de *El Comercio*”, *El Comercio*, 4 de mayo de 1999.

Estas palabras demuestran la identificación del diario con la democracia, y con la defensa de valores que sustentan las libertades de empresa y prensa. Con matices -de acuerdo a los tiempos- este es el pensamiento que define y defiende el diario más antiguo del Perú, cuyo director periodístico actual, el Dr. Alejandro Miró Quesada Cisneros, preside la Sociedad Interamericana de Prensa.

5.7.2 Lo cultural en *El Comercio*

En el terreno cultural, que nos interesa, *El Comercio* mantiene también una historia intensa. Una referencia ilustrativa es la que nos ofrece la historia del suplemento *El Dominical*, actualmente el más antiguo de todos los suplementos que se editan en este diario, pues su primer número apareció el domingo 29 de marzo de 1953, con un editorial, que señalaba que su principal objetivo era “brindar al gran público la oportunidad de conocer los grandes exponentes de la cultura nacional”. En esta primera carátula aparecía la imagen del Inca Garcilaso de la Vega y el texto que seguía era explícito: “el Inca Garcilaso, síntesis de España y las Indias, representa el sentido integral de la nacionalidad peruana. Ni hispanismo ni indigenismo, sino síntesis armoniosa de lo occidental y de lo autóctono (...) con este sentido humanista y nacional presenta nuestro Suplemento su primer número”.

Estos fueron los principios rectores de *El Dominical*, englobado en los postulados de *El Comercio* mencionados en el anterior ítem. Resulta interesante aquello de “Ni hispanismo ni indigenismo”. A partir de las primeras décadas del siglo, con la aparición de las ideas de Luis E. Valcárcel, José Carlos Mariátegui, Raúl Porras Barrenechea, Víctor Raúl Haya de la Torre, Jorge Basadre, entre otros, el debate intelectual había girado en torno a estas dos

corrientes. Al parecer, la idea de *El Comercio* no era integrar sino ser una síntesis de ambas formas de pensamiento.

Veamos ahora quienes escribían por esa época en las páginas del diario. Ventura García Calderón, el médico Honorio Delgado, Óscar Miró Quesada de la Guerra, quien firmaba bajo el famoso seudónimo de Racso, Luis Alayza Paz Soldán y Héctor Velarde. En el campo de las letras entre quienes han escrito en sus páginas figuran Ciro Alegría, Julio Ramón Ribeyro, Mario Vargas Llosa, y extranjeros como Albert Camus o William Faulkner, etc.

A pesar de ello, podemos afirmar que *El Comercio* nunca tuvo un suplemento de artes y letras al estilo de otros antiguos diarios latinoamericanos como *El País* de Montevideo, *El Mercurio* chileno, *La Nación* de Argentina, o revistas como *Sur* o *Criterión*, y más recientemente, *Babelia*, la revista especializada en literatura del diario español *El País*.

En la actualidad, *El Comercio* vive una etapa de cambios. El pasado mes de enero inauguró un nuevo rediseño de forma y contenidos. Dentro del cual delimitó los temas y secciones de acuerdo a un trabajo desarrollado por un grupo español contratado especialmente para tal fin.

Así, se reformularon antiguas secciones, se crearon otras y se perfilaron suplementos y revistas hacia objetivos puntuales.

De acuerdo a esto la información cultural fue repartida en tres niveles: por un lado, como información diaria dentro de la sección Luces; como inactuales (críticas y ensayos) dentro de *El Dominical*; y eventualmente desde una visión más ligera en la revista *Somos*, de

aparición sabatina. Para el presente informe hemos seguido esta dirección. En primer lugar rastrearemos las páginas culturales incluidas en la sección Luces y después las páginas de *El Dominical*.

5.7.2.1. Luces de cultura

Resumimos, las principales características del estudio hemerográfico de *El Comercio*. La edición diaria de *El Comercio* publicada en formato estándar se divide actualmente en cuatro cuerpos: el cuerpo A que comprende las informaciones políticas, el tema del día, internacional, locales, vida y futuro (suerte de compendio que agrupa temas inactuales variados sobre educación, salud y ciencia), nacional y el editorial. El cuerpo B que agrupa a la sección Economía y Negocios, y que incluye avisos económicos y servicios. El cuerpo C, llamado Luces, donde se consignan las páginas de espectáculos, culturales, personajes, amenidades y hechos (notas sobre la clase media y alta limeña). Y la sección Deporte Total en tamaño tabloide.

En total, esta edición diaria comprende 64 páginas, de las cuales 3 páginas son dedicadas a lo cultural. El día domingo la edición de *El Comercio* aumenta sustancialmente y reúne 148 páginas que incluye *El Dominical*, un suplemento de deportes y cuerpos como *Avanzar*, *En familia* y *Avisos*, que se suman a los habituales. Ese día excepcional la información cultural abarca 10 páginas de Luces y 20 de *El Dominical*, sumando un total de 30 páginas.

Así concluimos que de lunes a sábado la información cultural en *El Comercio* llega a 4.68 %, mientras que el domingo es de 20.27 %. Un récord en la prensa nacional.

Veamos las páginas culturales de la sección Luces, los días de semana.

El sábado 3 la sección cultural abre con un texto sobre la participación del director de teatro peruano Mario Delgado en Alemania dirigiendo a actores de ese país en una representación del Rey Lear.

Lo que se busca es netamente informar y poner en relieve el hecho de que un director que no habla alemán puede a través del arte (este caso el teatro) hacerse entender con actores de una lengua extranjera. La nota ocupa el 50 % de la página, compartida con avisaje diverso sobre obras de teatro, espectáculos musicales en la Estación y restaurantes. En la siguiente página aparece una columna llamada Huellas digitales, donde el joven poeta Alonso Rabi cuenta en tono confesional sus primeras vocaciones artísticas. La página es dominada por un gran aviso de Saga Falabella. Y finalmente, en la tercera página, una crónica sobre la retrospectiva del pintor costumbrista Alejandro Núñez Ureta que se presentaba por aquellos días en la galería del Banco Continental, el artículo es compartido con el Geniograma y con una nota cablegráfica de los Premios Ortega y Gasset.

El lunes 4: una crítica entusiasta de la pintora Élide Román sobre la exposición itinerante Iberoamérica pinta que reúne a un selecto grupo de artistas como Matta, Botero, Tapies y Tamayo. La nota es a toda página, y domina una fotografía a color de la boliviana Graciela Rodo. Después en la segunda página aparece un artículo cablegráfico donde Carlos Fuentes se queja con razón que a los medios les interesa más la política que la literatura, para finalizar con tres notas de mediana extensión: una columna de Eduardo Lores, una información sobre el encuentro de escritoras en la Universidad de Lima, en noviembre; y un cable de EFE acerca de un premio internacional de poesía en castellano.

Al día siguiente (martes 6), un artículo que busca interpretar la exposición *El laberinto de la choledad*, que muestra el arte plástico peruano en las dos últimas décadas. El artículo se apoya con un recuadro sobre las diversas exposiciones. Después de los avisos (40 %) una información inclasificable sobre una obra de teatro, que viene conmocionando salas de Broadway denominada *Closer*, sobre problemas de género, y después la agenda con un recorrido escueto por los acontecimientos culturales del día. Para finalizar, en la tercera página, con una entrevista (60 % de la página) a la joven pintora Rocío Pérez del Solar, quien inauguraba en la Galería San Francisco, una colección de 23 óleos de diverso formato. Y sobre una franja derecha, a una columna, una información que da cuenta de la exposición del pintor peruano Gilberto Bartens en Washington.

Y el miércoles 7: A toda página, una nota necrológica de homenaje sobre la obra de Isaac Asimov, a siete años de su muerte. Se comentan algunos libros del autor y se presenta toda su colección de obras.

Después, ese mismo día, aparece una nueva nota sobre “El laberinto de la choledad”, la agenda, que privilegia las exposiciones a la música y los talleres de poesía; y en la segunda página una nueva crítica de artes plásticas sobre la exposición de Enrique Vigil, quien expone en la galería de arte Bohemia. Sobre el extremo inferior izquierdo una nota cablegráfica sobre la interminable bailarina cubana Alicia Alonso, quien inicia gira en España. Después en la tercera página un cable de Washington sobre el hallazgo de momias andinas en Argentina, se hace un paralelo con la momia Juanita. Y en la cuarta página (despliegue inusual) una colaboración del embajador de Israel Rafael Eldad sobre la pascua

judía, que por aquellos días se celebraba, aparte de la tierra del oriente, en dos lugares del mundo: Cusco y Katmandú.

Luego de este itinerario cultural por *El Comercio*, podemos afirmar que este diario hace un despliegue mayor de espacio para las informaciones, que generalmente privilegian lo gráfico.

La mayoría de artículos son crónicas informativas, que buscan estar redactadas con ciertos recursos literarios. Hay un apego por las muestras plásticas, poco uso del cable o de Internet, y ausencia de firmas de renombre internacional.

5.7.2.2 Cultura dominical

La oferta dominical de *El Comercio* es desmesurada. Un gran despliegue informativo y sobre todo un mayor tiraje que asciende a 200 mil ejemplares¹⁵.

En lo cultural también hay un mayor número de páginas y una cobertura que va de la sección Luces –con diez páginas– a *El Dominical* –con 20 páginas–.

Domingo 4 de abril: en lo que respecta a la página cultural en Luces, la edición se abre con un artículo del crítico Fernando Obregón sobre la obra plástica de Alberto Quintanilla, quien en esa semana inauguraba en una sala limeña. En la segunda página un informe periodístico sobre el proyectado Parque de la cultura que se construye en Lima: declara el responsable del proyecto, el arquitecto Augusto Ortiz de Zevallos. Y en la siguiente una columna firmada por la editora Marcela Robles sobre la literatura erótica. En el extremo

inferior izquierdo un cable de Reuter sobre las confesiones de la escritora canadiense Evelyn Laun quien mantuvo una escandalosa relación con el escritor W.P. Kinsella.

Después de estas tres páginas, la sección recibe a una serie de colaboradores que escriben ensayos en diversos tonos y calidad: Guillermo Nugent, Rocío Silva Santisteban, Ronaldo Menéndez, Ricardo González Vigil (rememora los 20 años del Copé), Alonso Alegría, Alejandro San Martín y termina con críticas de danza de Lichi Garland y de música a cargo de José Quezada. Todas estas notas aparecen en el extremo superior, replegadas por los avisos publicitarios que completan las diez páginas de la sección.

Luego de este recorrido por Luces veamos lo que ofrece *El Dominical*. Como lo señalamos al inicio de este capítulo sobre *El Comercio*, este suplemento ha representado –de alguna u otra manera– la imagen cultural del diario. Sin embargo, desde enero de este año, su relanzamiento como un suplemento de artes y letras lo ha puesto en un lugar expectante en la difusión de información netamente cultural dentro del periodismo.

El domingo 4 la edición de *El Dominical* se abre con un artículo del cineasta José Carlos Huayhuaca al Museo Metropolitano de Nueva York, el autor se muestra deslumbrado por la magnitud de la oferta artística que ahí se exhibe.

Esta nota ocupa cuatro páginas (dos de las cuales son totalmente gráficas). Después, en dos páginas, un informe periodístico sobre lecturas infantiles. Asimismo un acercamiento crítico a una exposición de fotografía en el Centro Cultural de la Universidad Católica, para seguir con dos notas de homenaje: una al ensayista y traductor Wolfgang Luchting y al historiador y escritor Estuardo Núñez. La edición continúa con un artículo de divulgación

¹⁵ Informe CPI: **Ob. cit.**

sobre la galería virtual de la Universidad de Lima y un ensayo de José Miguel Oviedo acerca de un escritor brasileño no muy conocido en estos lares: Haroldo de Campos. En las cuatro páginas finales se consideran una columna inclasificable de Robles Godoy, así como reseñas y críticas de libros.

Después de este puntual recorrido por la oferta cultural de *El Comercio* se pueden desprender algunas características: amplitud gráfica en los temas tratados, una relativa dependencia con los avisos, y una predilección por las artes plásticas y la narrativa. Es escasa la difusión de ensayos del exterior a pesar de que el diario cuenta con un convenio firmado con el Grupo de Diarios América, para compartir informaciones con otros medios de países vecinos.

5.7.3 Diagramación y diseño de *El Comercio*

Uno de los aspectos a los que *El Comercio* le ha prestado más atención en los últimos tiempos ha sido la presentación de su diseño. Prueba de ello es el relanzamiento hecho a inicios de este año, cuando mostró una nueva cara, con una distribución modular de las noticias y con el privilegio de la imagen y las columnas de opinión. Sus dimensiones de tamaño estándar (55 cm x 33 cm) le permiten manejar un despliegue textual y gráfico diferente al formato tabloide.

El Comercio se diagrama en un sistema XP21, que permite “comprimir” la información en diversos “soportes”, para luego utilizarla en medios tan distintos como el diario impreso, el diario electrónico o el canal de noticias. En lo cultural esta capacidad ha generado un

despliegue gráfico en las portadas que van de la imagen espectacular en gran formato a textos modulares, precisando entradas de lectura diversas desde “gorros”, “sumillas”, “llamadas”, “leyendas” y el cuerpo informativo en si mismo.

En cambio, en las páginas interiores, se mantiene una preponderancia por los avisos, aunque hay mayor orden al seccionar el periódico de acuerdo a temas específicos. En las primeras páginas de las secciones interiores se privilegian las imágenes.

En “Luces” el espacio fotográfico es 60 %, mientras que el textual alcanza un 40 %, contando con los titulares y gorros. Esta exposición visual, con espacios en blanco, da una sensación armónica en las páginas. Esto genera un problema inverso: que algunos textos se llegan a reducir y minimizar, teniendo en cuenta que los avisos de gran dimensión destacan sobre el espacio redaccional, lo que puede causar que un lector que busca información puede verse de pronto observando enormes fotos y escaso texto.

6. CONCLUSIONES

1. Denominamos periodismo cultural a la práctica periodística impresa, televisiva o radial, que aborda con propósitos creativos, críticos, reproductivos o divulgatorios, los productos de las bellas artes y las bellas letras, las corrientes de pensamiento, las ciencias sociales y humanas; la denominada cultura popular y muchas otras prácticas referidas a la producción, circulación y consumo de bienes simbólicos: literatura, pintura, danza, teatro, escultura, música, folclore, cine, etc.

2. Algunos productos y prácticas artísticas pueden compartir los espacios de lo cultural y de entretenimiento o de espectáculo. El caso del cine y de la música se aplica muy bien a esta afirmación. Más que el tema en sí mismo lo que importa es el grado de profundidad y análisis que contenga la información para ser considerada como cultural.

3. Los cinco diarios analizados comparten más similitudes que diferencias. Las secciones culturales no representan, como promedio, ni el 5 % de sus ediciones diarias. En sus páginas culturales, hay escasez de géneros periodísticos. Los más utilizados son la nota informativa, la crónica y en menor grado la columna de opinión y la crítica. Ausencia de ensayos y firmas de renombre internacional en las columnas de opinión. Su universo cultural se concentra en Lima y específicamente provienen de circuitos como la Universidad Católica, la Universidad de Lima, centros culturales ubicados en Miraflores, San Isidro o San Borja. Salvo excepciones, no hay noticias de provincias.

4. *El Sol* es un diario joven que apuesta por un diseño innovador basado en un gran despliegue de fotografías e imágenes. Lo cultural ocupa 2,5 % de su edición. Da mayor

espacio a los autores jóvenes, sobre todo artistas y escritores. Los géneros que más utiliza son notas informativas y crónicas. No hay columnas de opinión ni crítica ni reseñas de libros. Nula presencia de informaciones del interior del país. Una sección denominada Aldea Global es un esfuerzo por llenar un vacío del periodismo cultural peruano: su escasa conexión con el mundo.

5. *La República* tiene una edición diaria de 44 páginas, una de las cuales está dedicada a temas de cultura (2.27 %). Dividida en seis columnas, su información principal se refiere mayormente a un tema nacional (Entrevista a escritores, poetas o artistas). Destaca la columna Inquisiciones de Abelardo Oquendo. La extensión de los espacios redaccionales dependen de la publicidad. Hay notas informativas, sueltos de agenda, entrevistas. Se consigna poca información del exterior. Los artículos aparecen abigarrados en la página, se emplea una mayor variedad de géneros, aunque la nota informativa predomina sobre el resto.

6. *Gestión*, un diario especializado en economía que mantiene una sección cultural de tres páginas, que significan el 6.38 % de su edición de 47 páginas. Sus temas sobrepasan el sentido estricto de las artes y letras: artículos de turismo, ciencia y tecnología, religión, además de una estafeta de libros económicos, firmada por Richard Webb. La redacción es pobre: la mayoría de artículos se encuadran en los moldes de la nota informativa. Se cambia la calidad por la cantidad. Cuando hay avisos publicitarios, la página se reduce.

7. *Expreso*. Su página cultural se ubica en el cuerpo B, con espectáculos, viajes, esotérica y un juego de palabras cruzadas. Ocupa dos páginas, es decir el 4.5 % de toda la edición de 44 páginas. Hay una dependencia de la publicidad. Si esta aumenta la información

disminuye y viceversa. Los avisos ocupan un 40 % de las dos páginas culturales.

Predomina el periodismo informativo. Se anuncian libros, exposiciones, festivales. La mayoría de artículos están circunscritos a Lima (Museo de la Nación, Centro Cultural de la Universidad Católica, galería Ricardo Palma en Miraflores, el Centro Cultural Miraflores, la sala Luis Miró Quesada Garland en el mismo distrito, etc). Hay un pobre manejo de la información internacional, solo pequeños resúmenes de agencias de noticias. Ausencias de ensayos y críticas sobre arte o libros. Tampoco se anuncian eventos realizados en otras ciudades del país.

8. La sección cultural de *El Comercio* se encuentra en el cuerpo C, llamado Luces, junto a las páginas de espectáculos, personajes, amenidades y hechos (página de sociales). Ocupa 3 páginas (4.68 %) de las 64 que tiene el diario. El día domingo la edición de *El Comercio* aumenta sustancialmente y reúne 148 páginas que incluye *El Dominical*, ese día excepcional la información cultural abarca 10 páginas de Luces y 20 de *El Dominical*, sumando un total de 30 páginas (20. 27 %). Un récord en la prensa nacional. Aunque, en Luces el 50 % de sus páginas dominicales están destinados a la publicidad, que puede subir hasta un 60 %. A mayor cantidad de avisos, menos espacio para las informaciones. Hay predilección por las columnas de opinión. Y los géneros más utilizados en *El Comercio* son la crónica periodístico-literaria, la nota informativa, la crítica, y en menor grado el ensayo, los perfiles o las retrospectivas. Predominan los temas de artes plásticas y literatura. Son escasas las notas sobre música o teatro, y no hay artículos culturales desde el interior del país..

9. Durante la semana del estudio ninguna noticia cultural mereció una mención en portada.

Obviamente, no nos referimos a las llamadas de tapa que los diarios realizan de sus diversas secciones, sino a las noticias y temas que merecen una primera ubicación. Sobre este tipo de información destacada, sólo *El Comercio* le da una primera página a una información cultural. Los domingos, lunes y miércoles la primera página de la sección Luces está dedicada a la cultura.

10. Si bien destacar informaciones sobre artes y letras no es atractivo, la mayoría de los diarios observados realizan grandes campañas publicitarias en “apoyo a la cultura” con la venta y / o entrega de fascículos sobre diversos temas educativos: atlas del cuerpo humano, diccionarios, enciclopedias, etc. La idea de “difundir cultura” como concepto no sólo da prestigio sino se traduce en una mejor imagen en el público lector.

8. RECOMENDACIONES

1. Se debería poner énfasis en la formación del periodista cultural a través de ciertas asignaturas especializadas en las universidades, escuelas y facultades de comunicación. De esta manera habrá nuevos periodistas que podrán apreciar y valorar críticamente los productos culturales, utilizando los géneros periodísticos con mayor versatilidad y originalidad. Algo muy común en el periodismo cultural es que los encargados de dirigirlo provengan de la literatura o el arte.
2. Que las empresas periodísticas otorguen mayor espacio a las informaciones de carácter cultural a fin de ir formando un público que demande este tipo de informaciones. De esta manera, se creará un espacio laboral para los periodistas y profesionales del campo de la creación intelectual y artística.
3. Debería de propenderse hacia el establecimiento del equilibrio entre los tres fines que debe tener todo medio de comunicación: informar, entretener y educar. La página o sección cultural que es parte de la finalidad educativa, debería tener, entonces, la relevancia necesaria.

9. BIBLIOGRAFÍA

ANGVIK, Birger. *La ausencia de la forma da forma a la crítica que forma el canon literario peruano*. Lima: Pontificia Universidad Católica del Perú Fondo Editorial, 1999.

CARRILLO, Sonia Luz. *Redacción periodística en el Programa de especialización del área cultural de los diversos medios de comunicación social*. Lima: Fondo Editorial Universidad Ricardo Palma, 1998.

“De la imprenta a la televisión digital”. *PC World*, 7 de mayo de 1999: 28.

“La vigencia de Mariátegui”. *El Dominical de El Comercio*, 12 de junio de 1994:2.

LÓPEZ MARTÍNEZ, Héctor. *Los 150 años de El Comercio*. Lima: Edición El Comercio, 1989.

“Los lectores del rediseño”. *Suplemento Especial de El Comercio*, 4 de mayo de 1999: 12.

MATUS LÓPEZ, Juliana. *Periodismo cultural: ¿Para qué?* Guadalajara: Oficina de Comunicación Social de la Universidad de Guadalajara, 1992.

MIRÓ QUESADA SOSA, Aurelio. *Don José Antonio Miró Quesada*. Lima: Edición El Comercio, 1997.

RIVERA, Jorge B. *El periodismo cultural*. Buenos Aires: Ediciones Paidós, 1995.

TUBAU, Iván. *Teoría y práctica del periodismo cultural*. Barcelona. Editorial Ate, 1982

TROYANO GUZMÁN, Héctor (ed.) *Periodismo cultural y cultura del periodismo*. Santa fe de Bogotá: Convenio Andrés Bello y Fundación Konrad Adenauer, 1993